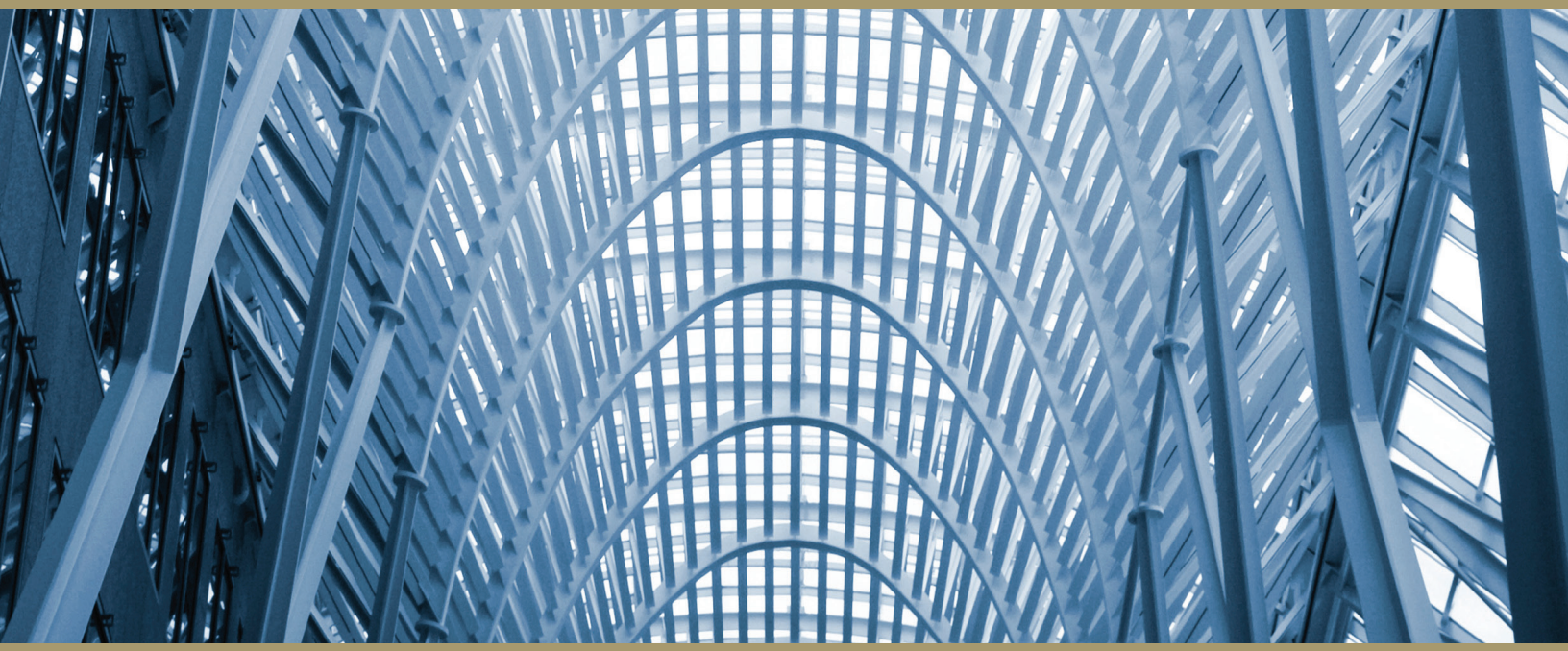
STIKEMAN ELLIOTT

SITUATION LINGUISTIQUE AU CANADA

SECTION H DE LA PUBLICATION *FAIRE DES AFFAIRES AU CANADA* DE STIKEMAN ELLIOTT



STIKEMAN ELLIOTT S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Stikeman Elliott S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Droit des affaires canadien. Partout dans le monde.

Stikeman Elliott est reconnu à l'échelle internationale pour l'excellence de ses services en droit des affaires. Le cabinet se classe parmi les meilleurs dans les domaines des marchés financiers nationaux et internationaux, des fusions et acquisitions ainsi que du droit des sociétés et des affaires selon les tableaux et les répertoires du secteur. Beaucoup le considèrent également comme un chef de file en litige commercial. Au nombre de ses autres domaines de pratique figurent le droit bancaire et financier, les restructurations, la concurrence/antitrust, le droit immobilier, le droit fiscal, le droit de l'emploi et du travail et la propriété intellectuelle. Le cabinet a d'ailleurs approfondi ses compétences dans une gamme étendue de secteurs d'activités, notamment l'énergie, l'exploitation minière, les services financiers, l'assurance, l'infrastructure, le commerce de détail, les télécommunications et la technologie.

Les bureaux canadiens de Stikeman Elliott situés à Montréal, Toronto, Ottawa, Calgary et Vancouver figurent parmi les chefs de file dans leur province respective. Stikeman Elliott est également bien représenté à l'échelle internationale, s'étant établi depuis longtemps à New York, à Londres et à Sydney, et a acquis une vaste expérience en Chine, en Asie du Sud et en Asie du Sud-Est ainsi qu'en Europe centrale et en Europe orientale, en Amérique latine, dans les Caraïbes et en Afrique.

Puisque Stikeman Elliott a connu une croissance à l'interne plutôt que par suite de fusions, les clients du cabinet sont assurés de recevoir chaque fois un service de haute qualité de la part de chacun de nos huit bureaux. Les membres de nos différents bureaux travaillent fréquemment ensemble sur des dossiers d'opérations d'envergure et de litiges importants, et collaborent régulièrement avec d'éminents cabinets américains et internationaux sur des opérations transfrontalières de portée mondiale.

Bureaux de Stikeman Elliott

Montréal

1155, boul. René-Lévesque Ouest, 40e étage
Montréal, QC, Canada H3B 3V2
Téléphone : (514) 397-3000

Toronto

5300 Commerce Court West, 199 Bay Street
Toronto, ON, Canada M5L 1B9
Téléphone : (416) 869-5500

Ottawa

Suite 1600, 50, rue O'Connor
Ottawa, ON, Canada K1P 6L2
Téléphone : (613) 234-4555

Calgary

4300 Bankers Hall West, 888 - 3rd Street S.W.
Calgary, AB, Canada T2P 5C5
Téléphone : (403) 266-9000

Vancouver

Suite 1700, Park Place, 666 Burrard Street
Vancouver, BC, Canada V6C 2X8
Téléphone : (604) 631-1300

New York

445 Park Avenue, 7th Floor
New York, NY 10022
Téléphone : (212) 371-8855

Londres

Dauntsey House, 4B Frederick's Place
London EC2R 8AB England
Téléphone : 44 20 7367 0150

Sydney

Level 12, 50 Margaret Street
Sydney, N.S.W. 2000, Australia
Téléphone : (61-2) 9232 7199

STIKEMAN ELLIOTT

STIKEMAN ELLIOTT S.E.N.C.R.L., s.r.l.
stikeman.com

Cette publication ne vise qu'à fournir des renseignements généraux et ne doit pas être considérée comme un avis juridique.
© Stikeman Elliott S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Situation linguistique au Canada

Généralités 2
Emballage 2
Charte québécoise de la langue française 2
- Généralités 2
- Emballage 3
- Dénominations sociales 3
- Langue de travail 4
- Langue des contrats 4
- Langue des logiciels et de certains autres produits 4
- Application de la Charte québécoise aux entreprises non québécoises 4

© STIKEMAN ELLIOTT S.E.N.C.R.L., s.r.l. AOÛT 2013

Situation linguistique au Canada

GÉNÉRALITÉS

Les langues officielles du Canada sont le français et l'anglais. Le gouvernement du Canada et celui du Nouveau-Brunswick sont constitutionnellement bilingues pour ce qui est de la quasi-totalité de leurs activités, tandis que les gouvernements du Québec, du Manitoba et de l'Ontario fournissent un grand nombre de leurs services dans les deux langues officielles. Environ 20 % des Canadiens sont de langue maternelle française, soit notamment environ 80 % de la population du Québec et près de 35 % de la population du Nouveau-Brunswick. Quiconque fait des affaires au Canada doit tenir compte des lois fédérales visant à promouvoir le bilinguisme. Si ces affaires visent précisément le Québec, il faut aussi connaître les lois du Québec plus particulièrement conçues pour protéger et promouvoir le caractère principalement francophone de la province.

EMBALLAGE

Les règlements d'application de la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* prévoient que, en règle générale, l'identité du produit et l'indication de la quantité nette doivent être en anglais et en français. Le nom du fournisseur peut être indiqué soit en anglais soit en français, mais en général, si le produit est vendu au Québec, il doit figurer dans les deux langues (sous réserve de certaines exceptions). Il est donc habituellement plus facile de fournir tous les renseignements requis dans les deux langues. Selon la loi fédérale, les renseignements optionnels, comme la marque de commerce du produit, ne constituent pas des renseignements nécessaires et n'ont donc pas besoin d'être indiqués en français (sous réserve des lois du Québec pour les produits vendus au Québec). Les exigences fédérales s'appliquent à tous les produits de consommation commercialisés et vendus au Canada, qu'ils soient fabriqués au pays ou importés, sauf très rares exceptions, comme les produits fabriqués et vendus dans une région limitée. Les biens fabriqués ou vendus qui contreviennent à ces exigences sont passibles de saisie et même de destruction par les autorités fédérales.

CHARTE QUÉBÉCOISE DE LA LANGUE FRANÇAISE

Généralités

Lorsqu'on fait des affaires au Québec, il faut tenir compte des exigences de la *Charte de la langue française* du Québec (la « Charte québécoise »), qui vise à faire du français la langue quotidienne du travail, de l'éducation, des communications, du commerce et des affaires au Québec. La Charte québécoise exige de façon générale que toutes les affiches et publicités commerciales publiques au Québec soient en français, bien qu'une autre langue soit permise, sous réserve de certaines exigences en ce qui a trait à la prédominance du français. Il existe plusieurs exceptions, décrites ci-dessous, à cette exigence de la réglementation. Le site Web d'une entreprise qui possède une adresse ou un établissement au Québec et qui offre ses

produits et services aux résidents du Québec est considéré comme une publicité commerciale assujettie à la Charte québécoise si bien que tout le contenu du site Web (sous réserve de certaines exceptions comme les marques de commerce reconnues) doit être présenté en français, ou en français et en une ou plusieurs autres langues, pour autant qu'elles ne l'emportent pas sur le français. Au lieu d'avoir un site Web bilingue ou trilingue, une entreprise peut respecter les exigences linguistiques du Québec en ayant une version française de son site Web et une ou plusieurs versions dans d'autres langues pour permettre aux usagers d'opter pour la langue de leur choix. Cependant, le contenu et l'importance de la version française doivent correspondre à celui de toute autre version.

Emballage

La Charte québécoise prévoit également que toute inscription sur un produit, son contenant, son emballage ou un document ou un objet qui l'accompagne, comme une garantie ou un mode d'emploi, doit être en français, mais peut être accompagnée d'une traduction pour autant que la version française soit d'importance égale. De façon générale, tous les catalogues et documents de promotion semblables distribués au Québec doivent être en français, mais peuvent être distribués en anglais ou dans une autre langue si une version française est également disponible et qu'elle est d'aussi bonne qualité. Il existe plusieurs exceptions aux exigences d'étiquetage, d'inscription et de publicité en français, notamment en ce qui concerne : (i) les produits destinés exclusivement à un marché à l'extérieur du Québec; (ii) les marques de commerce reconnues qui existent en anglais uniquement; (iii) les documents pédagogiques et culturels; (iv) les cartes de souhaits, les calendriers et les agendas qui ne servent pas à la publicité.

Dénominations sociales

Lorsqu'une entreprise s'enregistre pour faire des affaires au Québec, la Charte québécoise exige l'enregistrement d'une version française de sa dénomination pour le Québec, à moins que la loi sous le régime duquel elle est constituée ne le permette pas. L'entreprise peut également remplir l'exigence d'enregistrement en se dotant d'une dénomination sociale française. Selon la règle générale, la dénomination sociale française est utilisée au Québec. Certains éléments indiqués qui ne sont pas en français peuvent toutefois faire partie du nom, et on utilise souvent une dénomination sociale composée d'une marque de commerce en anglais seulement et d'un terme générique en français indiquant la nature des activités. Une version du nom dans une autre langue peut aussi être utilisée conformément aux règles générales sur la publicité. La version anglaise du nom peut être utilisée dans les documents qui peuvent être uniquement en anglais. Les sociétés constituées sous le régime fédéral peuvent utiliser leur nom anglais partout au Canada, y compris au Québec, bien qu'elles enregistrent généralement une dénomination française qu'elles utilisent au Québec.

Plusieurs entreprises ont des dénominations sociales en anglais qui sont des marques de commerce reconnues. Les entreprises utilisent habituellement ces

marques de commerce en anglais seulement sur les affiches et dans la publicité puisqu'elles jouissent d'une dispense des exigences de la Charte québécoise. Toutefois, la question de savoir si une marque de commerce figurant sur l'affiche d'un magasin peut véritablement être considérée comme une marque de commerce ou s'il ne s'agit que du recours à un nom commercial (nécessitant l'emploi d'un terme générique en français avec le nom en anglais) suscite une certaine controverse à l'heure actuelle.

Langue de travail

Selon la Charte québécoise, les entreprises d'au moins 50 employés au Québec doivent obtenir un certificat de francisation pour leurs activités dans la province, attestant que l'entreprise a correctement implanté un programme de francisation à tous les niveaux (le terme « francisation » se rapporte au processus visant à améliorer le statut du français comme langue quotidienne de travail). En outre, la Charte québécoise prévoit que les entreprises exerçant leurs activités au Québec doivent communiquer avec les clients du Québec en français, sauf indication contraire du client.

Langue des contrats

Selon la Charte québécoise, les contrats faits au Québec qui contiennent des clauses standard imprimées ou qui sont préétablis par l'une des parties doivent être en français, à moins que les parties n'exigent expressément qu'ils soient faits dans une autre langue. La législation québécoise en matière de protection des consommateurs prévoit aussi que les contrats avec les clients doivent être rédigés seulement en français à moins que les parties ne conviennent de se servir d'une autre langue. Les parties qui souhaitent conclure un contrat en anglais peuvent le faire en incluant une clause de consentement exprès à cet effet. Les contrats avec le gouvernement du Québec ou ses organismes doivent être en français s'ils sont conclus au Québec.

Langue des logiciels et de certains autres produits

Il existe des règles particulières au Québec concernant la vente de certains produits comme les jeux, les jouets et les logiciels. Notamment, s'il existe une version française d'un logiciel, la version anglaise (ou non française) ne peut être vendue au Québec que si la version française est également disponible sur le marché québécois. Les jeux et les jouets (sauf les ludiciels) nécessitant l'emploi d'un vocabulaire non français ne peuvent pas être vendus au Québec à moins qu'une version française du jouet ou du jeu ne soit disponible sur le marché québécois à des conditions comparables à celles de la version anglaise.

Application de la Charte québécoise aux entreprises non québécoises

Si elles n'ont pas obtenu de dispense, les entreprises non québécoises qui font des affaires au Québec et qui offrent leurs produits et services aux résidents du Québec doivent se conformer aux dispositions de la Charte québécoise mentionnées ci-dessus.